

SOCIOLOGIE FILMU - OTÁZKY NAD METODOU

Ivo Pondělíček

Jak v obecné, tak v aplikované sociologii žije naštěstí něco jako „klasická tradice“, a to v ostré polemice s pojetím a zdůrazňováním pouze tzv. empirické metody jakožto cíle a smyslu sociologických výzkumů. Millsem nazývaná „sociologickou imaginací“ představuje zmíněná klasická tradice stále ještě onen hlavní proud (reprezentovaný jmény Durkheima, Webera, Znanieckého, Pareta, Simmela, Millse), kterému vděčíme za pevné rozlišení mezi vědou jako prostředkem vyjasnění a mezi informací jako prostředkem manipulace.

V empirické metodě zjišťujeme jistou neochotu přiznat si hranice a omezené možnosti pouhých údajů a informací. Kladou se tu za vzor přírodní vědy se svými modely a kritérii od objektivních a reprodukce schopných pozorování ke „konstitučním“ typologiím a klasifikacím. Empirikové si v sociologii nechtějí snad přiznat nepřekročitelnou hranici: co je možné pro výzkum přírody a biologických entit, to je irelevantní pro výzkum sociální skutečnosti včetně produktů kultury. Při sebechytřejším projektu a návrhu na jisté zkoumání nelze však s empirickým nahromaděním dat počítat jinak než jako s prostředkem, z něhož teprve interpretací v širších souvislostech lze vytyčit zákonitosti, které jsou jedinou průkaznou hodnotou sociologického zkoumání. Platí-li to o obecné sociologii, tím více to platí o sociologii kultury a umění (včetně filmu). „Zredukovat kulturu například na úroveň fyziky znamená rozložit lidskost na nějaké části, na něco jiného než studium člověka nebo společnosti.“¹⁾

Jiná z příčin, tentokrát vnější, proč se například sociologie kultury, event. filmu, spokojuje toliko s empirickými výsledky, tkví v závislosti výzkumných center na užitkových funkcích. Nejen na sociology zkoumající trh a obchod, ale i na sociology kultury vznáší své požadavky „praktický svět“, profesionální in-

1) R. Redfield, *Antropology Today*. In: *Encyklopedic Inventory*. Vyd. A. L. Kroeber, Chicago 1953, s. 728-738.

stituce, pokládající výzkumy empirického rázu za jistou formu „svodných informací“.²⁾ Ano, sociologie kina je bezpochyby povolána k tomu, aby dávala doporučení filmovým půjčovnám, aby pomáhala promítat filmy s maximální zájmovou hodnotou či s ekonomickým efektem. Ale tato doporučení budou užitečná jen tehdy, budou-li vycházet z vědecky podložené charakteristiky publika, z přesné inventarizace jeho nároků a zájmů, které nebudou jen uváděny, ale též vysvětleny, to znamená hodnotově interpretovány.

Dosavadní empirické výzkumy přesvědčivě dokazují, že filmové hlediště je diferencováno podle sociálně demografických znaků, že neexistuje nějaký „střední“, všechny diváky reprezentující divák. Empirická metoda v sociologii filmu a kina nemůže však přesáhnout sama sebe, jinak řečeno specializovaná technika dotazníkových formulářů, kodifikace a škatulkování často dělají z průzkumného procesu sám cíl výzkumů a nikoliv toliko jeho nástroj. Existuje zásadní rozdíl mezi přístupem, vycházejícím od sociálně demografické skupiny, a vlastním přístupem sociologie umění. Vezmeme-li jako zorný úhel sociálně demografickou strukturu obyvatelstva, zůstáváme v podstatě na stanovisku obecné sociologie, jen s tím rozdílem, že k charakteristice sociálních a demografických skupin připojujeme ještě jeden parametr, a to jejich vztah ke kinu.³⁾

Nepředpokládá sociologie umění (včetně filmu) snad svůj vlastní specifický „zorný úhel“? Nehrozí nebezpečí, že se předmět sociologie umění rozplyne v předmětu obecné sociologie, či snad dokonce v předmětu ekonomiky?

V samé podstatě umění a tvorby leží protiklad, který je v rozporu se všeobecně uznávanými metodologickými určeními obecné sociologie. Jakýkoliv výkon umělecké činnosti a jakýkoliv projev estetické senzibility – ať již tvorba či

2) Dodat. pozn. 1991: S novým přijetím filmu jako zboží, tedy jako uměleckého výtvoru, který bude víceméně beze zbytku podroben zákonům trhu, vystupuje do popředí otázka odhadu či výzkumu konzumentů tohoto zboží, a to nikoliv v přeneseném, tj. estetickém, nýbrž původním, tj. ekonomickém smyslu. Je prosperita „filmového trhu“ vůbec možná bez průzkumu potenciálního publika? A pokud není, jaké metody si vyžádá marketing? Jaký „odhad“ a prognózy budou potřebovat nově vzniklé akciové, soukromé i skorosoukromé produkce či distribuční firmy?

3) V *Proměnách filmového hlediště v ČSR (1966–1968)* hned v úvodu podotýkáme: „Účelem empirických výzkumů je většinou jen odstranění nejasností a pochybností o faktech, která jsou předmětem praktického rozhodování a vynořují se – ambivalentně – též v případných teoretických diskusích. To ale znamená, že empirickým výzkumem se většinou jen posilují argumenty „sociologické imaginace“. Fakta sice ukáží rozum, avšak rozum je v každé oblasti poznání předvojem. Nemělo by smysl shromáždit fakta na základě pouhé empirické verifikace, pokud bychom je nedokázali interpretovat. Ale – jakými cestami se má ubírat interpretace materiálu, získaného empirickým výzkumem v oblasti filmového diváctví? Může být tato interpretace vázána k nějakému „předvídaní“

dokonce i její aktivní přijímání, ať již jednotlivé dílo nebo individuální umělecký vkus – obsahuje jako jednu z nejdůležitějších rodových vlastností originalitu a neopakovatelnost. Ve výzkumu umění a filmu se vychází především od konkrétního díla a od konkrétní recepce díla (od estetické konsumpce), které jsou v daném případě jedině možným uskutečňováním specifické duchovní aktivity individua.

Avšak sociologie je vědou o obecném, opakujícím se a hromadném. Předmětem sociologického bádání podle Jana Szczepańskiego jsou „jevy a procesy vzniku různých forem pospolitého života lidí, struktura rozmanitých forem lidských seskupení, jevy a procesy, ke kterým v nich dochází“. ⁴⁾ Vycházejíce z této definice, mohli bychom též publikum v kině chápat jako ideální objekt sociologických výzkumů. K tomu, aby vědecká činnost, dělající si nároky být sociologií umění, mohla být charakterizována jako činnost ve specifické vědní oblasti, musí mít svůj výzkumný předmět, svoji sféru sociální skutečnosti. Publikum v kině (a konec konců i „neshromážděné publikum“ čili „publikum latentní“) tvoří jistou sféru sociální skutečnosti, není však jen samo výzkumným objektem, předmětem. Jevy a procesy, k nimž ve filmovém publiku dochází, se podněcují a fixují na základě působení filmového díla. Dilema sociologie filmu a kina spočívá v tom, že vědecký výzkum konkrétního jevu jako sociálního faktoru má své oprávnění jen v tom případě, jestliže závěry o jeho fungování mohou být uplatněny též na jevy téhož řádu. Jestliže však neopakovatelnost, individualnost a originalnost jsou podstatou všech jedinečných konkrétních uměleckých výtvorů, pak výsledky vědeckého zkoumání účinnosti a vlivu jedněch konkrétních uměleckých děl jsou zbaveny významu pro zákonitosti přijímání či prožívání jiných, druhých konkré-

kulturní aktivity, k níž tato oblast přes psychologickou saturaci potřeb a veškeré své afinity k zábavně rekreačnímu využívání volného času asi směřuje? Může tedy z empiricky verifikovaných faktů povstat nějaká zásada pro tzv. řízení kinematografické politiky nebo dokonce produkce? A dále: existuje sice, „vnějškově řízený člověk“ (Riesman) a jeho rysy nalezneme možná i v okruhu filmového vědomí – ale lze ještě vůbec mluvit o „lidském řízení“ a „sociologickém či politologickém předvídání“ v jiném než byrokratickém pojetí kultury? Musíme si uvědomovat, že ve specifickém prostředí, jímž je i kino, lidé neuvědomují „běžného“ chování (vnímání, event. myšlení), ale jsou odkázáni na specifické stereotypy, těžko odhadnutelné bez hlubinných zkoumání, protože právě zde, v tomto prostředí, propadají rudimentům, které se vymykají „vnějškově řízenému člověku“. Dokud si však udržují určitou úroveň svobody (spíše tedy v psychoanalytickém než v politickém smyslu), nelze jejich možnou činnost snadno předvídat ani na základě rozsáhlých empirických studií. In: *Proměny filmového hlediska v ČSR (1966–1968)*. (Filmologický sborník V.) Praha 1969.

4) Jan Szczepański, *Základní sociologické pojmy*. Praha 1966.

ních uměleckých děl. Vektor působení má nesčíslné množství stimulujících faktorů.

Připustíme-li na druhé straně, že akt přijetí jednotlivého uměleckého díla (jeho estetická konzumpce) zahrnuje v sobě momenty obecných zákonitostí fungování umění, pak musí být prokázáno, že umělecká díla jsou buď zcela nebo zčásti se opakujícími, vědecky postižitelnými fenomény. To pak předpokládá takový rozvojový stupeň teorie umění (a ten de facto neexistuje), který umožňuje poskytnout sociologům podklad pro exaktní klasifikující či typologizující operace.

V praxi jsme na tyto problémy narazili při komplexním výzkumu filmového publika, jakmile jsme ve fázi jeho závěrečné interpretace měli učinit pokus o vytvoření divácké typologie. Rovněž při této operaci kulturně specifického řádu nutno nalézat „rázovité zjevy, které mají určitou a trvalou podobu, společnou množství“.⁵⁾ Avšak pokud jsme chtěli přihlédnout k zmíněnému „vektoru působení“ (jinak řečeno k „dialektice“, v níž obecné stimuly se mísí s jedinečnými), stále jsme nemohli dospět k zcela relevantním výsledkům. Vytvářené typologické schéma se rozrůžňovalo do nesčíslného množství variant (až skoro k $T = I$, typ rovná se individuum). Nebo přinejmenším se nepodařilo typologicky klasifikovat celé publikum, hlediště v celku, ale vzhledem k jeho některým typickým rysům a projevům jenom určitá část, a to z hledisek, jež pro postižení některých specifických jevů, především jevu zvaného „kino-situace“, nebyla navíc ještě příliš relevantní.

Je to dejme tomu zranitelné místo každé typologie, i té nejlapidárnější. Užijeme-li klasické pojetí C. G. Junga například pro filmového diváka, můžeme dojít k introvertnímu nebo extravertnímu divákovi, ale ti jsou ve své „čisté“ podobě v menšině proti typům „oscilujícím“ nebo „mezitypům“. Přitom toto dělení bere v úvahu jenom faktor nikoliv sice nedůležitý, ale v podstatě jediný, a navíc individuální: zážitkový modus. I značně „zapálené“ a angažovaná sociologické výzkumy stanovují skupinu filmového publika, která je typologicky nezařaditelná, nejméně na 40 procent!⁶⁾

Typologie filmového diváka se ovšem může soustředit a aspirovat pouze na postižení některých vnějších, např. sociálně demografických znaků. V tom je sice

5) Viz heslo „typologie“ in: Karel Černocký, *Psychologický slovník*. Praha 1940, s. 216.

6) Např. studie estonského sociologa filmu Ajgara Vachemetsy, přednesená na sympoziu. „Film - televize - divák“ v Repinu v červnu 1970.

poměrně přesná, nic však z tohoto úhlu pohledu nemůže říci k faktu a výskytu vnitřních znaků divácké reaktivity, „hlubinné“ motivace návštěvy kina, motivace podle estetického vkusu a osobní kultury apod. Nemůže ani podstatně osvětlit okolnost, která byla (mimořádně – filmařem J.-L. Godardem) vyjádřena slovy: Je třeba prožívat film! Teprve skrze prožitek diváků jednotlivě i skrze jejich kolektivní prožitek ve skupině možno pochopit strukturu různých forem kulturních seskupení i jevy a procesy, ke kterým v nich dochází.⁷⁾ Jedině tak je podle našeho názoru možno interpretovat – sociologicky, sociálně psychologicky i psychologicky – jev zvaný „kino-situace“.

Empirická sociologická metoda zjistí základní, třídící znaky; ty ovšem mohou sloužit jenom jako východisko pro další zkoumání, pro osvětlení složité sociologické problematiky filmového vědomí.

Z hlediska interpretace filmového vědomí se nám například jeví prospěšnější spíše než o vypracování typologie diváka uvažovat o fenomenologickém vymezení typologie filmového zážitku. A dále – konkrétní sociologické výzkumy, které provádíme, jsou vždy zaměřeny zejména na to, aby z obecného seskupení prostorově fixovaných jedinců (tj. ze skupiny shromážděné v kině) bylo vyděleno specifické seskupení, jež může být analyzováno jako pospolitost, vzniklá bez ohledu na jakoukoliv prostorovou fixaci na základě vztahu k umění (např. náročný divák). Při tomto výzkumném úkolu je též možno zaručit relativně reprezentativní výběr vzorku a rovněž zde se dá užít „hlubší“ techniky zkoumání (interview, projektivní techniky aj.).

Struktura obyvatelstva jakožto skutečného i potenciálního filmového publika má nejen svoji vnitřní diferenciaci, která se v mnohém liší od diferenciaci sociálně demografické. Má také své vnitřní genetické zákonitosti, které závisejí zase nejen na obecném společenském vývoji, nýbrž i na specifických zákonech umělecké činnosti a kulturního (či filmového) vědomí jako relativně samostatných sociálních fenoménů.

Sociology filmu a kina by tedy měly zajímat i systémy hodnocení filmových děl, řekněme hodnotová orientace filmového publika. Nelze mít samozřejmě jistotu, zda všichni jednotlivci, hodnotící v relativně dlouhém výčtu umělecká díla, vyjadřují svoji hodnotovou orientaci ve vztahu k filmové tvorbě vskutku adekvátně, tj. přiměřeně svým možnostem a skrytým přáním a odpovídajícím způsobem. Při velkém počtu údajů a při zavedení matematických procedur, jež

7) Odkazujeme na naši stať v časopise „Divadlo“ březen 1969, která pojednává o filmovém šoku. Zde se na jedné možnosti tzv. „kino-situace“ poukazuje na typologickou mnohoznačnost filmového hlediště, a to vzhledem k dispozicím, s nimiž jde například divák do kina, a hlavně vzhledem k jeho aktuálnímu prožitku.

obsah každého zvláštního a individuálního hodnocení korigují z hlediska obecného stereotypu, mohou být ovšem různé systémy hodnocení filmových děl významnými indikátory obecné kulturní hodnotové orientace jednotlivcovy i celé skupiny, celé subkultury.

Interpretace vhodně volených sond a technik výzkumu, jež se dostávají nad empirickou metodu, to nikdy nepouštějí ze zřetele. Stejně jako fakt, že způsoby hodnocení uměleckých děl dlužno interpretovat také jako výraz (nespecifických) lidských potřeb a zájmů, estetických i mimoestetických. V každém projektu sociologického výzkumu filmového publika lze tyto estetické i mimoestetické potřeby chápat ovšem jako proměnné, které poskytují možnost klasifikovat diváky z hlediska specifických funkcí.

(1973)

SUMMARY

The Sociology of Cinema-Questions Concerning Methods

Ivo Pondělíček

The importance of the sociology of cinema is confirmed, and defined, by the compilation of lists of the signs needed for the classification of the public or of this demands and interests and, moreover, by their interpretation. An empirical sociological method ascertains the basic signs needed for classification, but these can be used only as the starting point of further study, of throwing light on the complicated problems of film consciousness. As to the interpretation of this consciousness, the author of the essay considers more useful to reflect on a phenomenological definition of the typology of the experience of watching films rather than to develop a typology of the cinemagoers.

The results of the comprehensive research project Transformations of the Film Audience are used to document these theses.